



Халяль в России: разворот на Восток за \$382 млн

Россия · Халяльные Продукты

ОБЗОР СЕКТОРА

Первое издание | March 2026

Русское издание (также доступно на английском и китайском)



Brandmine



ОБЗОР СЕКТОРА

Халяль в России: разворот на Восток за \$382 млн

Россия экспортировала \$382 миллиона халяльной продукции в 2024 году — рост на 82%, который сделал её вторым крупнейшим поставщиком халяльной птицы на Ближний Восток после Бразилии. За пределами России об этом почти никто не знает. Основатели, выстроившие этот сектор, пережили чеченские войны, крах франшиз и десятилетие скандалов со свиной ДНК.

ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ

Размер рынка	\$382 млн халяльного экспорта в 2024 году, рост на 82% год к году, оценочный экспортный потенциал — \$26 млрд в год
Уникальное преимущество	Многовековое кулинарное наследие татар, башкир и кавказских народов, коммерциализируемое как халяльные бренды — культурная подлинность, которую ни один корпоративный конкурент не способен воспроизвести
Главная проблема	Фрагментация сертификации между 30+ органами подрывала доверие десятилетие • развязка наступила в марте 2026 года, когда ДУМ РТ стал первым государственно аккредитованным органом
Фактор времени	ДУМ РТ получил государственную аккредитацию в марте 2026 года как первый и единственный халяльный сертифицирующий орган России, признанный 22 странами — экспортная инфраструктура доверия совершенно новая

“В России очень много сертифицирующих организаций — я даже боюсь назвать, сколько.”

Рафик Мухаметшин, Бывший руководитель технического комитета 704, Росстандарт

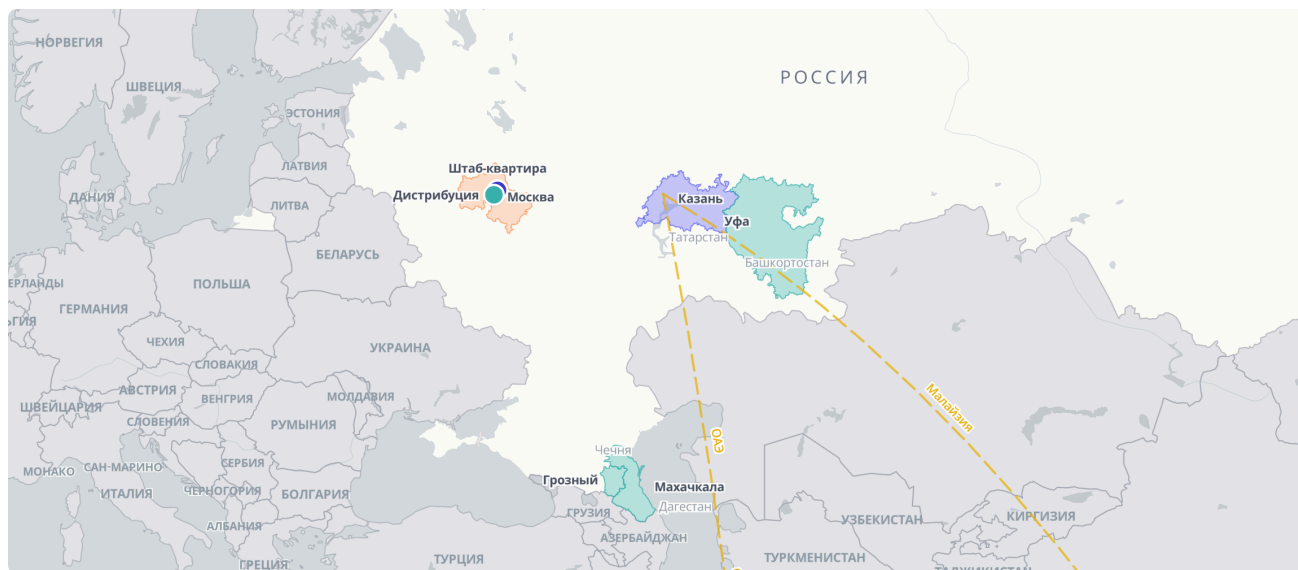
Круглый стол, Москва, март 2025

РЫНКИ: Россия

СЕКТОРЫ: Халяльные Продукты

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

Халяльные регионы России



© OpenStreetMap contributors · © CARTO

Татарские и кавказские корни, рынки Залива и Азии – новая восточная дуга халяля.

Татарстан – Бесспорный центр российского халяля. Казань принимает КазаньФорум (федеральный статус с 2023 года), здесь расположен сертификационный орган ДУМ РТ (государственная аккредитация – март 2026 года), а также большинство халяльных ресторанных брендов, включая «Тубатай». Восемь из восемнадцати брендов, выявленных в этом исследовании, работают из республики. Халяльный комитет Духовного управления мусульман Татарстана стал первым и единственным в России органом с государственной аккредитацией в марте 2026 года, признанным 22 странами.

Северный Кавказ – Завод «Салхия» в Чечне, восстановленный из руин Абу Салатаевым, сейчас поставляет продукцию в «Магнит». Дагестан представлен одним документально подтвержденным производителем. Кавказ привносит культурную подлинность – многовековую мусульманскую кулинарную традицию, – но инфраструктурные ограничения препятствуют промышленному масштабированию.

Московская область – Корпоративные халяльные бренды сосредоточены вблизи столицы: бренд халяльной птицы «Латифа» от «Черкизово» и ряд переработчиков, обслуживающих более 2 миллионов мусульманских потребителей Москвы. Московская область выполняет функцию дистрибуционного и логистического хаба.

Башкортостан – Три производителя работают из второй по величине мусульманской республики России. Башкортостан параллелен Татарстану по культурному наследию, но с меньшим коммерческим масштабом, дополняя Волго-Уральский халяльный коридор.

* * *

ПОРТРЕТ СЕКТОРА

Абу Салатаев начинал в 2011 году без помещения и без холодильников — 200 килограммов мяса в день в багажнике «Москвича», к каждому, кто готов был купить. Сегодня его завод поставляет продукцию в «Магнит», крупнейшую продуктовую сеть России. Этот путь — от личного автомобиля до национальной цепочки поставок — невидим ни одной англоязычной аналитической платформе. Как и отрасль за ним: \$382 млн халяльного экспорта в прошлом году, рост на 82%, Россия — второй крупнейший поставщик халяльной птицы на Ближний Восток после Бразилии, при правительственной оценке годового потенциала в \$26 млрд. Основатели, выстроившие это из наследственной кухни и личных убеждений, скрыты у всех на виду. Ненадолго.

Двойной двигатель защищённого рынка

Два потрясения сформировали российский халяльный сектор в том виде, каким он стал.

Контрсанкции 2014 года против западного продовольственного импорта в одночасье устранили конкуренцию на \$9,5 миллиардов в год. Для халяльных производителей Татарстана и Северного Кавказа опустевшие полки стали приглашением. Татарские предприниматели, торговавшие эчпочмаком на рыночных прилавках, внезапно оказались на внутреннем рынке, испытывавшем голод по брендированным продуктам — и перед мусульманским населением в 20–25 миллионов человек, у которого никогда не было собственной цепочки поставок.

Второе потрясение пришло в 2022 году. Расширенные санкции оборвали остатки доступа к европейским рынкам и заставили российских производителей смотреть на Восток — в сторону стран Персидского залива, Ирана и Юго-Восточной Азии. История внутренней защиты рынка превратилась в экспортный императив. Ан-Нур, птицеводческое направление ГАП Ресурса, поставил 135 000 тонн халяльной птицы в 75 стран. Халяльный бренд индейки «Салима» компании «Дамате» стал первой компанией в мире, получившей одобрение малайзийского JAKIM на импорт индейки. КазанФорум — ежегодный саммит «Россия — Исламский мир» в столице Татарстана — был возведён в ранг федерального мероприятия указом президента в 2023 году, собрав 20 000 участников из более чем 100 стран.

Цифры менялись стремительно. Экспорт одной только халяльной птицы удвоился до \$211 миллионов за один год. На выставке Gulfood 2026 в Дубае почти 100 российских экспортёров из 32 регионов составили крупнейший национальный павильон в истории страны. Пилотный проект исламского банкинга, запущенный в сентябре 2023 года в Татарстане, Башкортостане, Чечне и Дагестане, начал подпитывать более широкую среду исламской экономики, укрепляющую халяльную продовольственную цепочку от финансовой инфраструктуры вверх.

Институциональный каркас углублялся на каждом уровне. Раис Татарстана Минниханов определил халяльную продукцию как «приоритетное направление и конкурентное преимущество», подкрепив декларацию инфраструктурой — Агроиндустриальным парком в Казани для начинающих производителей, Халяльным комитетом ДУМ РТ с 25-летним опытом работы и дорожной картой с целевым показателем \$700 миллионов татарстанского халяльного экспорта к 2030 году. Присвоение Казани статуса Культурной столицы Исламского мира 2026 закрепило позиционирование республики как российских ворот в исламскую экономику.

Но экспортная история, какой бы впечатляющей она ни была, принадлежит корпоративной России — «Черкизово», ГАП Ресурсу, «Дамате». История основателей — иная, труднее находимая и куда более интересная.

Там, где наследие встречается со сковородой

Халяльная продовольственная география России не случайна. Она накладывается на многовековую тюркскую и кавказскую кулинарную традицию, которую сейчас заново открывают и коммерциализируют: эчпочмак и чак-чак эпохи Золотой Орды, башкирский казылык, более древний, чем сама Россия, дагестанские чуду и урбеч, завоевавшие статус московского тренда. Легендарный повар Юнус Ахметзянов в 1960-х годах боролся за возвращение татарских блюд в советское общественное питание; сегодняшние основатели завершают революцию, которую он начал, — с брендингом и сертификацией, которые он не мог себе представить.

Эпицентр — Татарстан. Мусульманское большинство республики обеспечивает естественную потребительскую базу, но подлинное конкурентное отличие — государственная стратегия. Халяльный комитет ДУМ РТ — ныне единственный в России государственно аккредитованный сертифицирующий орган, признанный 22 странами, — является якорем системы, включающей КазанФорум, Агроиндустриальный парк в Казани и межведомственную рабочую группу с целевыми показателями халяльного экспорта, прописанными в экономической дорожной карте республики. Движение неотатарской кухни превратило эчпочмак, кыстыбый и казылык из бабушкиных кухонь в брендируемые, сертифицированные, экспортопригодные продуктовые линейки.

Северный Кавказ рассказывает другую историю — наследственного производства в тени конфликта. В Чечне и Дагестане пищевое производство халяльно по умолчанию; население на 94–96% мусульманское. Проблема не в сертификации, а в инфраструктуре и логистике. Чеченские мясопереработчики работают в республике, отстроенной заново после войны, где самая драматичная история бренда во всём секторе — советский завод, восстановленный из буквальных руин, — иллюстрирует одновременно и потенциал, и ограничения. Дагестанская баранина заняла премиальные позиции в ресторанах Москвы и Санкт-Петербурга, а урбеч — паста из орехов и семян — обрёл статус суперпродукта национального масштаба. Кулинарное наследие уходит вглубь веков; коммерческая инфраструктура всё ещё догоняет.

Москва выполняет функцию дистрибуционного центра сектора. Более миллиона мусульманских жителей делают её крупнейшим единичным потребительским рынком халяльной продукции в России. Город является штаб-квартирой каждого крупного корпоративного халяльного игрока и местом размещения флагманских точек самых амбициозных основательских сетей. Крупные ритейлеры — «Магнит», «Перекрёсток», «Ашан» — ведут выделенные халяльные секции, хотя потребительские опросы фиксируют устойчивый дефицит. Москва — коммерческий мост, соединяющий производителей Татарстана и Кавказа с федеральными розничными сетями и экспортной логистикой.

А в Башкортостане, на родине конской колбасы, кулинарная идентичность строится вокруг продуктов, для которых халяльная сертификация — не маркетинговая надстройка, а выражение культурной практики. Вертикально интегрированные семейные предприятия ведут собственные фермы, переработку и розницу — модель, опережающая современную халяльную экономику на поколения. Пилотный проект исламского банкинга республики, действующий с сентября 2023 года, питает более широкую среду исламской экономики, укрепляющую халяльную продовольственную цепочку от финансовой инфраструктуры вверх.

Чего не видят базы данных

Информационный пробел в российском халяльном секторе — не дефицит данных. Это структурное слепое пятно, усиленное четырьмя барьерами.

Язык. Семьдесят процентов источников, документирующих этот сектор — интервью основателей, региональная пресса, реестры сертификатов, списки участников выставок — доступны только на русском языке. Татарстанская региональная пресса (БИЗНЕС Online, «Реальное время», «Татар-информ»)

подробно освещала кризис франшизы «Тюбетей» и трудности с финансированием «Дагестанской лавки». Ничего из этого материала не появляется ни в одной англоязычной бизнес-базе данных.

Непрозрачность сертификации. Более десятилетия свыше 30 организаций выдавали халяльные сертификаты в России — от авторитетных религиозных органов до частных компаний, продающих сертификаты от 10 000 рублей. ДУМ РТ сообщал, что 75% казанских ресторанов, заявлявших о халяльности, не имели фактического сертификата. Фрагментация делала невозможным для внешних аналитиков оценку того, какие бренды располагали надёжной сертификацией, — а серийное обнаружение свиной ДНК в продуктах с маркировкой «халяль» превращало этот вопрос из академического в неотложный. Московский МЦСиС (поддержанный Советом муфтиев) и казанский ДУМ РТ (более глубокий операционный опыт, более сильное международное признание) боролись за авторитет, в то время как частные операторы подрывали обоих.

Геополитический фрейминг. Россия и халяль не сосуществуют в западном аналитическом воображении. Устоявшееся представление — православие, водка, санкции. Это представление функционирует как ров — оно удерживает конкурирующие аналитические платформы от поиска, что сохраняет информационный арбитраж для тех, кто ищет.

Корпоративный камуфляж. Экспортные цифры — \$382 миллиона, рост на 82% — принадлежат корпоративным дочкам крупнейших агропромышленных холдингов России. У этих компаний есть отделы по работе с инвесторами, англоязычные сайты и выставочные стенды на Gulfood. Основательские бренды, создавшие внутренний рынок, сформировавшие кухню и сгенерировавшие потребительский спрос, который корпорации теперь экспортируют в масштабе, — невидимы за теми же цифрами, которые делают сектор видимым. Заголовочная история заслоняет более глубокую.

Те, кто отстроил, те, кто остался

Основатели, определяющие лицо российского халяльного сектора, не входили на растущий рынок. Они входили в пустоту — и выжили в кризисах, которые её заполнили.

Абу Салатаев не выбирал халяльное производство как бизнес-возможность. Он унаследовал руины завода, уничтоженного чеченскими войнами — дважды. Аргунский мясокомбинат, построенный в 1964 году, перерабатывал семьдесят тонн мяса в сутки, прежде чем конфликты сровняли его с землёй. Когда Салатаев начал восстановление в 2011 году, у него не было ни инфраструктуры, ни цепочки поставок, ни розничных контрактов. Двести килограммов в день в «Москвиче». Сегодня завод выпускает 79 наименований продукции и поставляет в «Магнит». Его сыновья — Халид в качестве генерального директора, Апти как единственный владелец — руководят частным предприятием, пришедшим на смену разрушенному государственному. Три поколения, две войны, одна непрерывная семейная приверженность заводу, на котором мир поставил крест.

Султан Сафин оставил карьеру в Saudi Aramco — самой дорогой компании мира — ради продажи татарского стритфуда в Казани. Выходец из деревни в Самарской области, геолог по образованию в Казанском федеральном университете, прошедший обучение в Университете имени короля Абдаллы в Саудовской Аравии, Сафин вернулся в Россию в 2015 году с убеждением, что татарская кухня заслуживает того же брендированного подхода, что и любая западная сеть фастфуда. В течение года сооснователь ушёл — забрав фирменные рецепты для запуска конкурирующей сети. Франчайзинговая сеть, которую Сафин выстроил, начала рушиться, когда лицензиаты стали нарушать халяльные стандарты. Он отступил, перестроился, перешёл от павильонов к ресторанам, возвёл собственное производство и привлёк академического культурного директора для кодификации кулинарного наследия, которое коммерциализировал. Двадцать точек в 13 городах. Его концепция «нео-татарской кухни» — кыстыбургеры, соединяющие традиционную лепёшку с грамматикой современного фастфуда, — культурное движение с отчётом о прибылях и убытках.

Расул Паркуев, Камила Паркуева и Мурат Калаев четыре года теряли деньги на замороженных чуду – дагестанском закрытом пироге – прежде чем нашли работающую бизнес-модель. Рублёвый кризис 2014 года уничтожил их розничную цепочку поставок. Московские арендодатели и бизнес-партнёры проявляли нежелание работать с кавказскими предпринимателями. Трое партнёров переключились на фестивали уличной еды, обнаружили, что москвичи выстраиваются в очередь за аутентичной дагестанской едой, когда снят предубеждённый барьер стационарной точки, и превратили «Дагестанскую лавку» в сеть из 15 точек по Москве и Санкт-Петербургу. Их кадровая модель – сознательная анти-профессионализация: дагестанские женщины – «тётушки», – которые готовят по семейной памяти, а не по программе кулинарной школы. Еда – единственная верительная грамота.

Это не истории роста. Это истории выживания, которые породили рост как побочный продукт. Различие важно, потому что определяет, какого рода аналитика ценна. Производственные данные говорят, что существует. Документация кризисов говорит, что выстоит.

Мог бы Euromonitor написать хоть что-то из этого? Объёмы производства, экспортные цифры, названия брендов – это найдёт любой аналитик. «Москвич», везущий двести килограммов через послевоенный блокпост, сооснователь, укравший рецепты, тётушки, чьи руки и есть контроль качества, – вот аналитика, которая имеет значение, и в обычных базах данных её нет.

За этой тройкой стоит более глубокая воронка. «Халял Аш» работает у Московской соборной мечети с 1997 года как пионер сектора. Семейный бизнес по производству конской колбасы в Башкортостане тихо выстроил вертикально интегрированную операцию от фермы до прилавка. Халяльный бренд переработанного мяса в Казани получил одобрение президента в первый год работы – имя основателя пока не было публично раскрыто. Истории есть. Документации – нет.

Когда тридцать процентов покупателей – не те, кого ожидали

Самое коммерчески значимое явление в российском халяльном секторе не имеет отношения к религии. Оно связано со свининой.

Сеть супермаркетов «Бахетле» в Татарстане сообщает, что 30% покупателей халяльного мяса – немусульмане. Академические исследования из Санкт-Петербурга подтверждают тенденцию: светские россияне используют знак «халяль» как индикатор отсутствия антибиотиков, соевых наполнителей и химических добавок. «Знак и гарантия качества и безопасности», – установили исследователи – халяльная сертификация функционирует не как религиозное соответствие, а как премиальный сигнал качества.

Этот кроссовер трансформирует тезис об адресном рынке. Основательские бренды, выстроившие идентичность на культурной подлинности – татарском наследии, дагестанских традициях, башкирской культуре конины, – обнаруживают, что их история резонирует с потребителями, не разделяющими ни одной религиозной практики, но полностью разделяющими скептицизм по отношению к промышленному пищевому производству. Московская халяльная выставка 2012 года родила фразу: «Халяль в России – больше чем халяль». Четырнадцать лет спустя фраза стала рыночным фактом.

Бренды, выжившие благодаря бескомпромиссному соблюдению стандартов – отказу срезать углы, когда срезание углов было отраслевой нормой, – оказались в лучшей позиции на рынке, который теперь вознаграждает именно эту приверженность. Ирония точна: скандалы с сертификацией, едва не уничтожившие доверие к сектору, одновременно создали конкурентный барьер для каждого бренда, который был добросовестно сертифицирован с самого начала.

Окно и сертификация, которая его открыла

Десятилетие вопрос о том, кто контролирует «халяль» в России, оставался без ответа — и неопределённость стоила брендам денег, доступа к рынкам и потребительского доверия.

Более 30 организаций выдавали халяльные сертификаты. Свиная ДНК обнаруживалась в продуктах с халяльным сертификатом — не единожды, а систематически: на «Царицыно» в 2013, 2018 и 2023 годах, на «Челны-Мясо» в 2018-м, у производителей по всему Уралу и Сибири в 2023-м. Один сочинский мясокомбинат признал, что его колбаса с исламским брендингом никогда не была халяльной. Фрагментация была не просто позорной — она была коммерчески дисквалифицирующей. Импортёры из Персидского залива не могли доверять российской сертификации, потому что в самой России никто не мог договориться, что она означает.

Развязка наступала поэтапно. В 2022 году Россия приняла национальные стандарты ГОСТ на халяль — став одной из первых неисламских стран, сделавших это. Роскачество, государственное агентство по качеству, создало специализированный центр халяльной сертификации в январе 2023 года, объединившись с ДУМ РТ, а не с московским МЦСиС. А затем, 6 марта 2026 года, ДУМ РТ — татарстанский религиозный орган, управлявший наиболее строгим халяльным комитетом России с 1999 года, — стал первым и единственным органом, получившим государственную аккредитацию по новому стандарту ГОСТ Р 70402-2024. Двадцать два государства теперь признают его сертификацию. Союз Татарстана и Роскачества, обеспечивший эту аккредитацию, маргинализирует 30 более мелких операторов и впервые создаёт экспортную сертификационную инфраструктуру, которую основательские бренды могут использовать без корпоративного масштаба, ранее служившего единственным путём к международному доверию.

Окно, которое это открывает, конкретно. Основательские бренды, выстроившие подлинность через культурное убеждение, теперь получают институциональную поддержку, которую их корпоративные конкуренты обрели годами ранее за счёт масштаба. Поле не выровнялось — но разрыв в сертификационных полномочиях сузился. Для инвесторов, покупателей и дистрибьюторов, понимающих, что изменилось в марте 2026 года, ближайшие 18 месяцев — это интервал между институциональным созреванием и рыночным признанием.

Почему это важно

Основатели, пережившие сертификационный хаос и санкционную перестройку, — те, кто знает риски этого рынка изнутри. Их закалённые кризисами операции невозможно обнаружить ни через одну существующую англоязычную платформу.

Сертификационная инфраструктура, препятствовавшая серьёзному коммерческому взаимодействию с российскими основательскими брендами, фундаментально изменилась. Аккредитации ДУМ РТ шесть недель. Аналитика для оценки того, какие бренды заслуживают партнёрства, разбросана по татарскоязычным медиа, бизнес-реестрам «Руспрофиля» и спискам участников КазанФорума.

Разрыв между текущими \$382 миллионами халяльного экспорта России и заявленным потенциалом в \$26 миллиардов определяет масштаб того, что упустила обычная аналитика. Этот разрыв — менее 1,5% теоретической ёмкости — не провал производства. Это провал аналитики. Бренды существуют. Основатели масштабируются. Сертификационная инфраструктура, блокировавшая международное доверие, разрешилась восемь недель назад.

Основатели, построившие этот сектор из эчпочмачных лотков и разрушенных войной заводов, не ждут, когда их обнаружат. Они расширяются — в новые города, новые форматы, новые рынки. Вопрос в том, успеют ли инвесторы, дистрибьюторы и аналитики, читающие этот текст, осознать, что изменилось в марте 2026 года, прежде чем окно — только что открытое сертификацией, которую за пределами России ещё никто не осмыслил, — начнёт закрываться.

Аналитика существует. Она живёт на русском языке – в татарскоязычной региональной прессе, в корпоративных реестрах, доступных через «Руспрофиль» и «СПАРК-Интерфакс», в списках участников КазанФорума и базах данных сертификатов ДУМ РТ. Она не была собрана ни на одном языке, который может прочесть международный инвестор, дистрибьютор или аналитик. Этот разрыв сокращается. Бренды, пережившие войны, скандалы и санкции, были здесь всё это время. На виду у всех.

КЛЮЧЕВОЙ ВЫВОД

Секторы, которые считали невозможными, порождают основателей, чьи преимущества, закалённые кризисом, невозможно скопировать – и невозможно обнаружить обычными средствами.

* * *

ХРОНОЛОГИЯ СЕКТОРА

Поворот, ставший фундаментом

Ключевые события, сформировавшие российский халяльный сектор – от первого сертифицированного продукта до глобальной экспортной инфраструктуры.

● ● ● ● ● ●
Завязка Катализатор Борьба Кризис Прорыв Триумф

ЗАВЯЗКА 1997

Первые халяльные колбасы в России

Халяль Аш начинает производство халяльных колбас у Московской соборной мечети – воссоздавая советские продукты по стандартам шариата для общины, исключённой из целой продовольственной категории.

КАТАЛИЗАТОР 2009

Первый КазанСаммит

250 участников из 18 стран собираются в Казани на первый экономический саммит «Россия – Исламский мир». Мероприятие, которое станет КазанФорумом, начинается как региональная инициатива.

БОРЬБА 2013

Свинья ДНК в халяльных колбасах

Телевизионная программа обнаруживает свиную ДНК в колбасах с халяльным сертификатом от «Царицыно», крупного московского мясокомбината. Сертифицирующий орган защищает методы проверки вместо того, чтобы признать провал.

КРИЗИС 2014

Контрсанкции создают защищённый рынок

Россия запрещает импорт западных продуктов на \$9,5 млрд. Внутреннее халяльное производство растёт за тарифными стенами – но изоляция, которая защищает, одновременно и запирает.

КРИЗИС 2015

Запуск Тубетейя и Латифы

Султан Сафин открывает первый татарский халяльный фастфуд в Казани. В том же году «Черкизово» запускает «Латифу» – первый корпоративный халяльный бренд мяса птицы. Две модели – основательская подлинность и корпоративный масштаб – выходят на рынок одновременно.



БОРЬБА 2016

Уход сооснователя Тубетея

Азат Назмутдинов забирает фирменные рецепты и запускает конкурирующую сеть «Кыстыбый». Франчайзинговая сеть Сафина начинает рушиться – франчайзи нарушают халяльные стандарты.



КРИЗИС 2018

Второй скандал со свиной ДНК

Свиная ДНК снова обнаружена у «Царицыно». «Челны-Мясо» уличены в наклеивании халяльных стикеров на свинину. Сочинский мясокомбинат признаёт, что его колбаса «Мусульманская» никогда не была халяльной – название использовалось в маркетинговых целях.



ПРОРЫВ 2021

Халяльный экспорт достигает \$180 млн

Россия становится вторым крупнейшим поставщиком халяльной птицы на Ближний Восток после Бразилии. Восточный разворот начинает приносить измеримые результаты.



ПРОРЫВ 2023

КазанФорум получает федеральный статус

Путин повышает статус мероприятия до федерального уровня. Запускается пилотный проект исламского банкинга в четырёх мусульманских республиках. Государственная инфраструктура переходит от символической к операционной.



ПРОРЫВ 2023

Национальные стандарты ГОСТ на халяль

ГОСТ Р 70401-2022 устанавливает обязательные требования к халяльному производству – Россия становится одной из первых неисламских стран с национальными стандартами халяль.



ТРИУМФ 2024

Халяльный экспорт достигает \$382 млн

Рост на 82% год к году. Экспорт одной только халяльной птицы удваивается до \$211 млн. Правительство оценивает годовой экспортный потенциал в \$26 млрд – текущий экспорт составляет менее 1,5%.



ТРИУМФ 2025

Первая халяльная индейка в Малайзию

Бренд «Салима» компании «Дамате» получает сертификат JAKIM – первая компания в мире, одобренная для халяльного экспорта индейки в Малайзию. Сертификационная инфраструктура начинает приносить дивиденды.



ТРИУМФ 2026

ДУМ РТ получает государственную аккредитацию

Халяльный комитет Татарстана становится первым и единственным российским органом с государственной аккредитацией по ГОСТ Р 70402-2024, признанным 22 странами. Десятилетие сертификационного хаоса начинает разрешаться.



Об этом исследовании

Этот отчёт основан на 28 верифицированных источниках на 2 языках – первичных документах, интервью с основателями и отраслевой прессе. Каждая цифра и каждое утверждение подтверждены независимыми источниками.

Полная методология на brandmine.ai.

О BRANDMINE

Выдающиеся бренды, основанные предпринимателями. Проверенная устойчивость. Готовы сегодня.

Brandmine предоставляет структурированную аналитику по брендам основателей на развивающихся рынках – исследования на языке оригинала, структурированные для принятия инвестиционных решений, в формате специализированных отчётов.

Контакт: hello@brandmine.ai Аналитические отчёты Brandmine: brandmine.ai/intelligence/

ТАКЖЕ ДОСТУПНО ОТ BRANDMINE

ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ БРЕНДА

Полная дуга трансформации, географическая аналитика и бизнес-обзор одного бренда. 15 страниц верифицированной аналитики.

ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ ОСНОВАТЕЛЯ

Личная дуга основателя от истоков до прорыва. Верифицировано через исследования на родном языке и первичные источники.

КАРТА РЫНКА

Профили всех верифицированных брендов в секторе – географическое распределение, хронология рынка и обзоры основателей. 25–40 страниц.

СЕКТОРАЛЬНЫЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЁТ

Аналитика по всему сектору. Все бренды – на уровне обзора, плюс полные дуги трансформации шести брендов, каждый из которых представляет отдельный архетип кризиса. 90–120 страниц.

Набор в PT Serif и PT Sans. Вёрстка в Typst. Цвета оптимизированы для профессиональной печати.

Карты созданы с MapLibre GL · Подложка CARTO Positron · © участники OpenStreetMap

Издан одновременно на английском, русском и китайском языках.

Исследование на английском и русском языках.

Первое издание · March 2026

Посвящается Рустему Исааковичу Гирфанову.

Выдающиеся бренды,
основанные
предпринимателями.
Проверенная устойчивость.
Готовы сегодня.

**Выдающиеся бренды, основанные
предпринимателями.
Проверено 250+ в развивающихся
рынках.**

Профили устойчивости бренда · Профили устойчивости
основателя
Карты рынка · Секторальные аналитические отчёты

Структурированные исследования потребительских брендов
развивающихся рынков, основанных предпринимателями.
Издания на английском, русском и китайском языках.

brandmine.ai/intelligence/

✉ hello@brandmine.ai

🌐 www.brandmine.ai

© 2026 Brandmine. Все права защищены.

v1.3.2